



UM CONSUMIDOR DE PROPÓSITO: MARCAS COM PROPÓSITO

Fatima Merlin
CEO da Connect Shopper





PROPÓSITO



GOLDEN CIRCLE

O PROPÓSITO DE UMA MARCA TEM A VER COM O **PORQUÊ ELA FAZ** E A **RAZÃO** DELA EXISTIR.



PORQUE VOCÊ FAZ O QUE FAZ?

Qual é o seu propósito? A sua motivação?



GOLDEN CIRCLE

Propósito: “por que”

Por que a sua empresa existe
Qual é o significado por trás da sua
existência.
É uma visão idealista do que você
quer se tornar para o seu público.

Missão: “o que”

O que a sua empresa deve fazer para
alcançar seus objetivos.
Descreve táticas ou iniciativas
específicas que você tem para a
marca.

Valores: “como”

Como você vai agir para chegar lá.
São os valores que explicam a ética e
os comportamentos que você usará
para chegar ao seu destino.
Estabelecem as qualidades que você
idealiza como empresa e norteia as
escolhas por trás de cada decisão.

MARCAS COM PROPÓSITO

NRF 2022
RETAIL'S BIG SHOW

NRF | RETAIL'S BIG SHOW

CONCEITO DE PROPÓSITO
E TRANSPARÊNCIA

80%

DOS CONSUMIDORES EM TODO O MUNDO SE SENTEM E PERCEBEM **MAIS CONEXÕES** COM A SUA COMUNIDADE

90%

ESPERAM QUE CONEXÕES RECÉM-DESCOBERTAS COM A COMUNIDADE **PERMANEÇAM SÓLIDAS**, MESMO COM O FIM DA PANDEMIA

POR QUE TORNA-SE ESSENCIAL

 **SHOPPERCRACIA**



MARCAS COM PROPÓSITO



88%

DOS CONSUMIDORES PASSAM A ESCOLHER MARCAS QUE TENHAM **PROPÓSITOS** CLAROS E ALINHADOS COM SEUS VALORES

DE QUEM ESTAMOS FALANDO?

CONECTADOS

RACIONAIS &
MIXADORES

CURIOSOS &
EXPERIMENTADORES

EXIGENTES
& SELETIVOS

ÁVIDOS POR
EXPERIÊNCIAS

NOVOS
VALORES

SHOPPERCRACIA



NOVOS VALORES

Entrega rápida Liberdade de escolha
Atendimento Exclusividade Relevância
Simplicidade Transparência **Diversidade**
Sem assédio de vendedores Respeito **Experiência**
Práticas Sociais Qualidade nos produtos Atendimento personalizado quando necessário
Forma natural de se comunicar **Propósito**

EMPRESAS DE PROPÓSITO





Projeto #DiasMaisColoridos.

Cores e positividade.

Mais de duzentas casas de três comunidades brasileiras estão sendo pintadas gratuitamente pra levantar o astral dos moradores.

E cada cor tem o seu significado e boas vibrações: Laranja é alegria, vermelho é paixão, preto é força, amarelo é otimismo, lilás é sabedoria, branco é paz.

PROPÓSITO

Levar a alegria de viver





“Os Vendedores de sonho e solução”

Para superar as experiências dos clientes todos os detalhes são cuidados com afinco.

Equipe faz cursos de oratória para melhor atender o cliente

PROPÓSITO

Realizar sonhos, superando as expectativas das partes interessadas, com sustentabilidade



PROPÓSITO DA ST MARCHE

OFERECER PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE ASSOCIADOS A UM ATENDIMENTO DIFERENCIADO, RESULTANDO NUMA NOVA EXPERIÊNCIA DE COMPRAS DIFERENCIADA SENDO DESTINO PARA AQUELES QUE BUSCAM PRODUTOS SAUDÁVEIS!



 SHOPPERCRACIA





PROPÓSITO

Facilitar a vida dos clientes oferecendo a experiência da praticidade e do frescor, conectando o melhor da experiência digital e do atendimento humanizado

 **SHOPPERCRACIA**



ATUAR SOBRE CADA P

O SHOPPER NO CENTRO

PDV • LAYOUT • AMBIENTAÇÃO

PRODUTO

PREÇO

PROMOÇÕES

PRATELEIRA ABASTECIMENTO

PLANOGRAMA (EXPOSIÇÃO)



SHOPPERCRACIA



PDV • LAYOUT • AMBIENTAÇÃO



PDV

Loja de super-conveniência inteligente e customizada, física e digital, dentro de containers.

Facilitar a vida dos clientes oferecendo a experiência da praticidade



PRODUTO

PRODUTO SORTIMENTO INTELIGENTE

60%

dos resultados vêm
da composição de
um mix adequado

FONTE: CONNECT SHOPPER



SHOPPERCRACIA



PRODUTO MIX IDEAL



VANTAGENS DE ESTAR PERTO OI VIZINHO! CONHECE NOSSO MIX DE PRODUTOS?

1

*Padaria com
pão fresquinho*

2

*Produtos
essenciais e
gourmets*

3

*Itens de
emergência
para qualquer
hora*

enxuto
Aqui

● QUERO NO MEU CONDOMÍNIO

Já pensou em fazer as compras sem precisar pegar trânsito e filas? O Enxuto Aqui é uma super conveniência inteligente com self check-out e você pode também comprar os itens pelo site e passar para retirar, com o serviço do Enxuto Drive.

AVANÇAR

CAFÉ DA MANHÃ
SNACKS • VINHO
COFFEE BREAK
LANCHE • FRUTAS
INGREDIENTES

Facilitar a vida dos clientes oferecendo a experiência da praticidade





● CIÊNCIA E TECH ● EMPRESAS E NEGÓCIOS

Rede de supermercados Enxuto lança 1º carrinho inteligente da América Latina

5 De Maio De 2022

Postado em maio. 05, 2022 de 3:59 pm

Facilitar a vida dos clientes oferecendo a experiência da praticidade

SAIR DAS MÍDIAS TRADICIONAIS PARA “NOVAS FORMAS DE SE COMUNICAR” ...



FORTALECIMENTO DAS AÇÕES DE
COMUNICAÇÃO EM MEIOS
ELETRÔNICOS
(ENGAJAR, SENSIBILIZAR,
INFORMAR, EDUCAR)

PALAVRA DE ORDEM: RELEVÂNCIA



Facilitar a vida dos clientes oferecendo a
experiência da praticidade

PLANOGRAMA (EXPOSIÇÃO)

O PODER DE
UMA EXPOSIÇÃO
ADEQUADA

80%

DA CONVERSÃO

SHOPPERCRACIA





Facilitar a vida dos clientes oferecendo a experiência da praticidade

**SHOPPERCRACIA**





Produto
**ACESSÍVEL,
VISÍVEL,
DISPONÍVEL**

Facilitar a vida dos clientes oferecendo a experiência da praticidade

 **SHOPPERCRACIA**



BREAK

comunicação é o negócio

HOME

REPORTAGENS

CASES

IDEIAS

UM BREAK PARA FALAR DE

SOBRE

FALE CONOSCO

EP NEGÓCIOS

Copyright © 2022 BREAK - Todos direitos reservados

GRUPOEP
EMPRESAS PIONEIRAS

© copyright |

Quem Somos

HOME > Enxuto Supermercados cresce 400% com seu novo modelo de negócio

< Voltar

Enxuto Supermercados cresce 400% com seu novo modelo de negócio

Com um plano de mídia forte, a marca já se prepara para novas ações de divulgação em 2021

24/3/2021 12:51

Compartilhar 0



POR ONDE COMEÇAR?

PROPÓSITO
CONECTADO
PROPOSTA
VALOR

O SHOPPER
NO CENTRO

PLANO DE
AÇÃO
INTEGRADO
P'S

EXCUÇÃO
ÍMPAR

PESSOAS

MENSURAR
&
MONITORAR

SHOPPERCRACIA



“Nós somos o que
repetidamente fazemos.
Excelência não é um ato,
mas sim um **hábito**”

Aristóteles





OBRIGADA!



FÁTIMA.MERLIN@CONNECT.SHOPPER.COM.BR

11 99160-7153